

新增教学点、特色课程“圈粉”…… 上海老年大学秋季学期开学

9月8日,上海老年大学2025年秋季学期开学首日,老年朋友们满怀热情踏入校园。

本学期上海老年大学提供超过2.7万个学额,招生规模再创新高。上海老年大学不仅增加了新校区,还新增了许多新点位,高校、职校、机关企事业单位、社会组织、金融机构等社会力量积极参与老年教育。

金秋十月即将在沪举行的首届上海老年学习课程展正在积极筹备中,为老年教育提质扩容提供新动能。

新校区新点位打造家门口的老年大学

“以前要跨半个上海去上课,现在国顺校区离家里就两站路,太方便了!”家住杨浦区的王阿姨一边参观教室,一边开心地和同伴分享。

今年秋季,在上海开放大学的大力支持下,上海老年大学不仅启用了国顺校区,还新增了中国农业银行上海市分行、上海银行、春秋旅游等教学点。加上原本的上海农商银行教学点、银发e学堂教学点、金庭分校(直属),以及41所联盟分校,全市的教学网络越织越密,真正让“家门口的老年大学”从愿景变为现实。

特色课“秒抢”,银发族玩转新潮流

本学期除了书法、绘画、声乐这些经典课程,上海老年大学新增非洲鼓、手碟、AI运用全攻略、银发形象管理等特色课,一上线即被“秒抢”,成了学员口中的“爆款”。

提到与欧莱雅集团合作开设的银发形象管理课,李阿姨笑得特别开心:“以前总觉得护肤美妆是年轻人专属,老年大学有了这门课我才知道,咱们老年人也能把日子过得精致又体面!”

除了这些一上线就被抢空的新课,咖啡课更是老年学员心中的“常青款”。报名了咖啡课的陈伯伯说,为了抢课,他还



特意让孙女教自己用手机操作,“现在老年学员也会‘拼手速’啦!”咖啡课堂上,老师带着学员们辨认咖啡豆产地,讲解手冲咖啡的水温与时间把控,磨豆机的沙沙声伴着咖啡的香气,整个课堂温馨得像场老友聚会。

资源拓展+课程展,未来学习更精彩

在上海市教卫工作党委和上海市教委的指导下,上海老年大学积极贯彻本市老年教育高质量发展三年行动计划,持续拓展学习资源,把课堂延伸到生活场景中:不仅和上海自然博物馆、维京游轮—上海教育电视台合作打造了研学基地,学员们能边逛博物馆,边参与特色活动边学知识;还联合一尺花园、上海哈尔滨食品厂有限公司等单位开发特色课程,比如一尺花园专门为咖啡课提供师资,教大家冲煮更地道的咖啡;此外,还引入了玄合医疗的健康课程,讲授实用的健康养生知识。

10月18日-20日,由上海开放大学主办,上海市教卫工作党委新闻中心(上海教育电视台)、上海老年大学联合承办

的首届上海老年学习课程展将在上海展览中心举行,届时,全市各类老年教育精品课程成果将集中展示,不仅能让学员们看到更多新鲜优质的课程内容,还能为老师们搭建起跨校交流的平台,通过互学互鉴提升教学质量。聚焦“课程味、创新性、场景化、科技感”,上海老年学习课程展组委会正在协同社会各方,积极设计和开发特色课程,力争通过信息技术和数字赋能,打造线上实体展与“永不落幕”的线上老年学习课程展。

据了解,百余家参展单位将在上海老年学习课程展上展示最新打造的课程,其中包括:中国平安的金融反诈课程,抖音携旗下火山引擎、豆包、即梦等为老年人定制的AI入门课程,“众信旅游”打造的“走遍全球我的世界拼图”研学课程,上海农商银行“心家园”带来的沪剧、家庭教育课程,“梦百合”为老年人打造的睡眠健康课程,“智康机器人”带来的老年人上肢康复主动健康趣味课程等。

文/晨报记者 徐斌忠
图/上海开放大学

有丝带痛才是吃谷人? 他们更爱这样的抽象、猎奇痛包 痛包消费场域中一条隐形的鄙视链

有丝带痛才是真吃谷人?在二次元“吃谷”圈,一句看似玩笑的评论,背后折射出的是痛包消费场域中一条隐形的鄙视链。作为挂满角色徽章、明信片等周边的个性化载体,痛包本是爱好者表达热爱的“移动展示柜”,如今却因品牌、款式、价格等差异,被划分出高低层级,甚至引发“踩一捧一”的圈层矛盾。

而与此同时,一股“反鄙视链”浪潮正在兴起,不少年轻人用表情包、影视剧名场面、甚至零食混搭出吸睛又猎奇的“抽象痛包”,以创意来定义自己的专属痛包。

二次元痛包也有鄙视链了?

作为一种消费品,在二次元圈,痛包的种类、价格无形中形成了一种隐形的鄙视链,这条鄙视链的顶端,是以知名品牌如WEGO等为代表的丝带痛(即痛包两侧扎了丝带),价格一般在200-500元之间。

顺着鄙视链往下,是较为精致的大肠痛(即痛包两侧扎了类似大肠褶皱的缎带)、适合“大食量”(即展示较多谷子)或日常通勤的双肩痛,兼顾实用性和展示性,而这条鄙视链的底层,则是无品牌、无特殊装饰的基础款痛包,在电商平台上价格可低至9.9元。

“萝卜青菜各有所爱,对我而言就是有丝带痛更能玩到一起!”动漫爱好者小杨表示,“我对自推的爱就体现在痛包上,当然要把门面弄弄好呀。”也有人认为,丝带痛的性价比不低,“我寻思丝带痛也没多贵呀,三四百元的价格和奢侈品相比的话那已经很亲民了,主打就是喜欢这种款式。”对于二次元爱好者吃谷、买痛包动辄上千的总价而言,丝带痛的拥趸有其真实需求和品牌偏好,确实无可厚非。

不过特别的是,鄙视链一旦固化,在爱好者中容易出现“踩一捧一”等乱象。

“我背的是普通痛包,走在路上直接被背丝带痛的小女生翻白眼了,就因为我背的不是丝带痛,难道就不配做‘吃谷人’了吗?”洛真在网络上分享道。而在线下,记者走访静安大悦城、百联ZX创趣场、新世界城等地时,也有不少年轻人分



享自己的看法。林伊的表达更为理性:“痛包只是承载自己喜欢的周边的一个载体,喜欢什么款式就买什么款式呗,难道我9.9网购的痛包就不能装扮了吗,我也不觉得这是穷的表现,该省省该花花吧,又不是自己赚的钱,不明白那些爱慕虚荣的人优越感在哪里。”

也有人则表示价格只是其次,更重要的是痛包的实用性,依辞分享道:“我觉得丝带痛比较适合还在上学的群体,是真的精致又可爱,走在路上给人感觉个性很鲜明,到了上班之后,我背丝带痛就会有点羞耻感,自己觉得给人感觉很不沉稳,所以我通勤都是背普通的痛包,和别人托特包上带个毛绒挂件差不多,不会很突兀。”

反鄙视链,他们用抽象、猎奇重构“热爱”

值得一提的是,在关于痛包鄙视链的讨论声仍未消散之际,记者注意到,痛包的日益趣味化已然成为一种新的趋势。

在痛包鄙视链的相关话题区,越来越多年轻人跳出“价格-精致度”的评判框架,用脑洞大开的创意,打造出充满个性的“抽象痛包”“猎奇痛包”,让痛包回归“表达热爱”的本质。

年轻脑袋们纷纷晒出自己做的更为个性和创意感的痛包,这些“反套路”痛包着实让人眼前一亮:有人将魔性表情包打印出来,与动漫徽章混搭贴在包上,形成“抽象风”;有人截取《甄嬛传》里的名场面作二创,和谷子拼在一起,轻巧便携还非常地“显眼包”。

更有脑洞大开者,将旺旺雪饼等圆形零食固定在包上,与金属徽章摆在一起,戏称其为“可吃的谷子”,走在路上自带“吃+谷”属性。

“原来痛包还能这么玩!”爱好者复岛看到这些创意作品时直呼惊喜,“之前总觉得痛包要精致、要贵才好看,现在发现,有趣比价格重要多了,同担们的脑洞真的太绝了。”

对不少尚未经济独立的年轻人来说,抽象痛包更是兼顾热爱与理性的选择。高中生落雪对“猎奇痛包”表示喜欢:“二次元玩家大多是年轻人,很多人还没赚钱,钱都不是大风刮来的。喜欢追番、吃谷,不代表要花大价钱买贵的痛包,好玩、能表达自己的心意,才是热爱本来的样子。”

在他们看来,痛包的核心价值是“显眼”与“个性”,而非价格标签。“现在大家都觉得丝带痛是‘正经痛包’,但我就想玩点不一样的。”六蕙说道,“我背这种包出门,回头率特别高,不是因为贵,而是因为独特,这才是我想要的‘痛包自由’。”

痛包的本质,是二次元爱好者表达情感的载体——它可以是精致的丝带痛,承载着对角色的“仪式感”;也可以是9.9元的基础款,藏着低调的喜爱;更可以是脑洞大开的抽象痛包,满溢着年轻一代的创意与个性。

若用鄙视链引发圈层内的戾气与对立,那痛包就偏离了二次元的初衷。不管价格如何,不管是走精致风还是走趣味感,对真正的“吃谷人”而言,热爱,不分高低。

晨报记者 王丽芳